
دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على شبكة الإنترنت: "يوتيوب You Tube نموذجاً"

د. عماد عيسى صالح محمد

مدرس المكتبات والمعلومات بجامعة حلوان

emad.saleh٢@gmail.com :

المستخلص

منذ أن ظهر موقع "يوتيوب" في فبراير ٢٠٠٥م وانتشر استخدامه في مختلف دول العالم في نشر ومشاركة مقاطع الفيديو؛ والملفت للنظر أن أغلب استخداماته ـ وبخاصة في المنطقة العربية ـ في نشر واسترجاع مقاطع الفيديو الترفيهية أو الدعوية أو السياسية أو الإباحية والفضائح. وقد أثارت الملاحظة السابقة، المبنية على الاحتكاك المباشر بالزملاء والطلاب والمتابعة المستمرة للموقع للتعرف على أكثر المقاطع مشاهدة وترشيحا؛ العديد من التساؤلات أمكن بلورتها في تساؤلٍ رئيسٍ هو: «كيف يمكن الاستفادة من مواقع نشر وإتاحة مقاطع الفيديو المتاحة على شبكة الويب في التطبيقات المهنية المختلفة المرتبطة بتخصص المكتبات والمعلومات؟ وللإجابة عن هذا التساؤل أُجريت هذه الدراسة المنهجية، والتي اتخذت من أكثر تلك المواقع انتشارًا وهو «يوتيوب You Tube" نموذجًا لرصد واستكشاف التطبيقات الممكنة على المستويات التالية: التعليم والتأهيل المهني، والنشر والإتاحة، تقدير ودراسات أنماط الطلب، واحتياجات المستفيدين، وتنمية المجموعات، وخدمات المعلومات، وتدريب المستفيدين... وغيرها من التطبيقات التي أمكن للدراسة التوصل إليها.

اعلم: العدد السادس جمادى الأولى ١٤٣١هـ – أبريل ٢٠١٠م

تمهيد:

لقد فرضت البيئة الرقمية والشبكية، وانتشار المصادر والمواقع الإلكترونية، وبوابات المعلومات والمعرفة، إضافة إلى تعقد احتياجات المستفيدين من المعلومات وصعوبة التنبؤ بها، واهتمام الباحثين بأدوات أخرى للبحث غير أدوات البحث التقليدية مثل: محركات البحث وأدلة البحث، وغيرها من الاعتبارات والمظاهر التي ارتبطت بالبيئة الجديدة لنشر المعلومات والمعرفة والنفاذ إليها... إلخ . أدت جميعها إلى ضرورة بذل مؤسسات المعلومات، ومراكز المعرفة كل الجهد من أجل مزيد من التفاعل مع البيئة الجديدة للمعلومات، والمعرفة إذا كان لها أن تسهم بدور إيجابي في إقامة مجتمع المعرفة.

ومن الظواهر التي انتشرت في السنوات القليلة السابقة ظاهرة أطلق عليها «إديبورن»Edyburn [١]

"التحسيب الاجتماعي" Social computing، والذي يوصف بأنه: "جيل جديد من الاتصال الاجتماعي يدعمه جيل جديد من أدوات الويب". وتعد مواقع مشاركة الفيديو Video-Sharing أحد أنواع التحسيب الاجتماعي والتي تتزايد أعدادها بشكل ملحوظ، مثالVideo, and My Space ، Google Video, Yahoo ، ويعتبر موقع "يوتيوب" أكثر تلك المواقع انتشارًا على مستوى العالم .

لقد أتاحت شبكة الويب إمكانات هائلة في نشر المصادر المرئية والمسموعة وإتاحتها، كما ساعدت تقنيات التسجيل والتصوير الرقمي على سهولة إنتاج تلك الفئة من المصادر. وفي الوقت نفسه ساهمت السرعات الفائقة في نقل البيانات وبثها على شبكة الإنترنت، ونمو أعداد مواقع الاستضافة المجانية لتلك الوسائط، واختزانها على الانتشار السريع لمشاركة ملفات الفيديو ونشرها واستخدامها.

وبناء على المظاهر السابقة تأثر سلوك المستفيدين في الوصول للمعلومات في البيئة الرقمية، وزيادة أعداد ذلك الجيل الملقب بـ"جيل جوجل" Google generation - وهو الجيل الذي ولد بعد عام ١٩٩٣م - وتميزه عن الجيل السابق عليه بامتلاكه قدرات استخدام محركات البحث، والتصفح والملاحة من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع مشاركة المحتوى، والروابط والمصادر وغيرها من المواقع المتاحة على

(١) Edyburn, D.L. (٢٠٠٧). Understanding current and emerging technology trends. Journal of Special Education Technology, ٢٢(٢), ٦٥–٦٧. p. ٦٥

الإنترنت لإرضاء احتياجاته من المعلومات (٢). وبالرغم من ذلك يتسم سلوك البحث عن المعلومات لديهم بالملامح التالية: أن سرعتهم في البحث على الإنترنت، وما يرتبط به من كبر عدد النتائج المسترجعة يتأكد معها قلة الوقت الذي يستغرقونه في تقييم المعلومات من حيث درجة الصلة والدقة والمصداقية، إضافة إلى ضعف إدراكهم وفهمهم لاحتياجاتهم من المعلومات مما ينعكس سلبًا على أسلوب صياغتهم للبحث، واعتمادهم على اللغة الطبيعية في التعبير عن تلك الاحتياجات بدلاً من تحليل، وتحديد الكلمات المفتاحية التي من الممكن أن تكون أكثر نفعًا وفعالية عند البحث (٣)

ويأتي الحرص على التعرف الدقيق والشامل على خصائص المستفيدين، واحتياجاتهم وسلوكهم وأنماط الطلب المتوقعة على المعلومات من منطلق أن تقدير مدى نجاح المكتبات، ومراكز

المعلومات يتمركز حول قدرتها على تحقيق الاستجابة الكاملة لاحتياجات مجتمع المستفيدين من مصادرها وخدماتها. وتتضح أهمية دراسات سلوك واحتياجات المستفيدين من مرافق المعلومات بكل أنواعها في سياق قانون العرض والطلب، حيث يمثل مجتمع المستفيدين سوق الطلب بينما تمثل الخدمات التي يمكن تقديمها العرض، وما لم يكن منتج السلعة مدركًا لطبيعة السوق، واحتياجاته، وقدرته على الاستيعاب فإنه قد لا يراعي في إنتاجه الضمانات الكمية والنوعية للرواج (٤) وفي أكثر التطبيقات حداثة والتي تمت استعارتها من علماء الاقتصاد، وهو خلق الطلب بمعنى توفير سلع (معلومات ومعارف ومصادر وخدمات) أو أدوات

(٢) Information behaviour of the research of the future.- January, ٢٠٠٨. p.٨. URL: http://dpu.dk/everest/Publications/Subsites/Informationskompetence/٢٠١٠٠٢٢٣١٤٤٦٢٤/CurrentVersion/Information٪٢٠behaviour.pdf

(٣)المرجع السابق (ص٢١)

(٤)حشمت قاسم. خدمات المعلومات: مقوماتها وأشكالها. - القاهرة: دار غريب، (-١٩٨) ٤٣٢ص

يحتاج إليها المستفيد والترويج إليها، حيث أن عدم وجود طلب عليها جاء نتيجة لعدم إدراك المستفيدين لها أو لأهميتها .

أولاً: الإطار المنهجي:

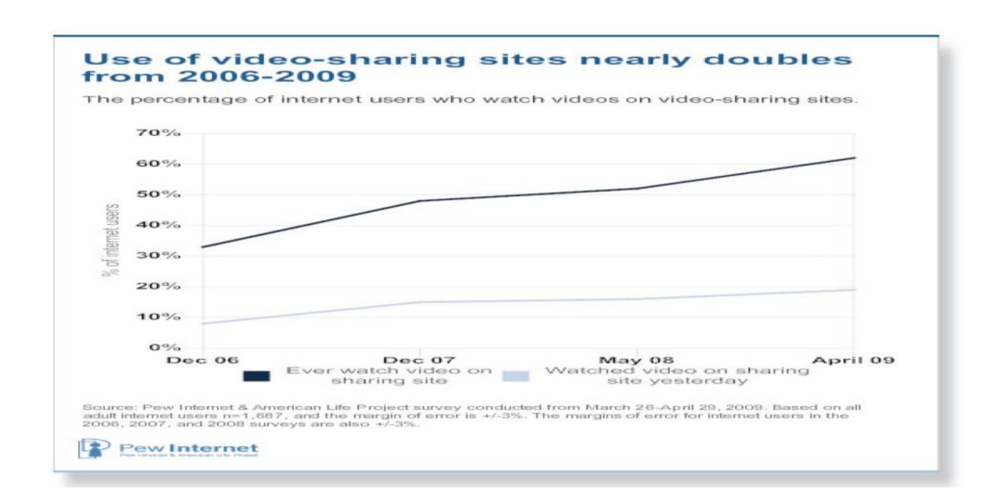
١/١ مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

ليس هناك اختلاف في أن التعرف على أنماط الطلب على المعلومات يُسهم في تقدير الاحتياجات المعلوماتية للمستفيدين، ومن ثم توجيه سياسات مرافق المعلومات وخدماتها. تلك الاحتياجات التي تطورت وتغيرت بتأثير البيئة الرقمية، وهو ما تؤكده دراسات ومسوحات استخدامات شبكة الإنترنت حيث لوحظ نمو وزيادة مستخدمي مواقع مشاركة الفيديو Video-sharing(مثل اليوتيوب) بين مختلف الفئات العمرية المستخدمة لشبكة الإنترنت؛ فقد أفادت نتائج المسح الذي أجري على ٢,٠٥٤ من البالغين الأمريكيين(١٨ سنة فأكثر) في أواخر عام ٢٠٠٧م حول استخدامات مواقع مشاركة الفيديو على شبكة الإنترنت إلى أن ٤٨% من مستخدمي الإنترنت قاموا بزيارة هذه المواقع ،وأن معدلات الولوج لتلك المواقع في اليوم العادي قد تضاعفت ما بين نهاية عام ٢٠٠٦م ونهاية عام ٢٠٠٧م[٥] (شكل١). لقد اندمج سلوك مشاهدة الفيديو على الخط المباشر مع الحياة اليومية واحتل مكاناً كان مخصصًا في السابق لمشاهدة التلفزيون العادي، وقد ساعد على ذلك تنامي سرعات الاتصال، وتراسل البيانات على شبكة الإنترنت، وإسهامهما في زيادة جودة عرض الفيديو على الشبكة. ففي عام ٢٠٠٩م بلغت نسبة البالغين الأمريكيين

---

(٥) Rainie, Lee. Video sharing websites [report].- Pew Internet & American Life Project, January ٩, ٢٠٠٨. [URL: . http://www.pewinternet.org/Reports/٢٠٠٨/Increased-Use-of-Videosharing-Sites.aspx?r=١]

ممن لديهم اتصال فائق السرعة بالإنترنت من المنزل ٦٣%، من بينهم ٦٩ %يشاهدون تسجيلات الفيديو على مواقع مشاركة الفيديو[٦].



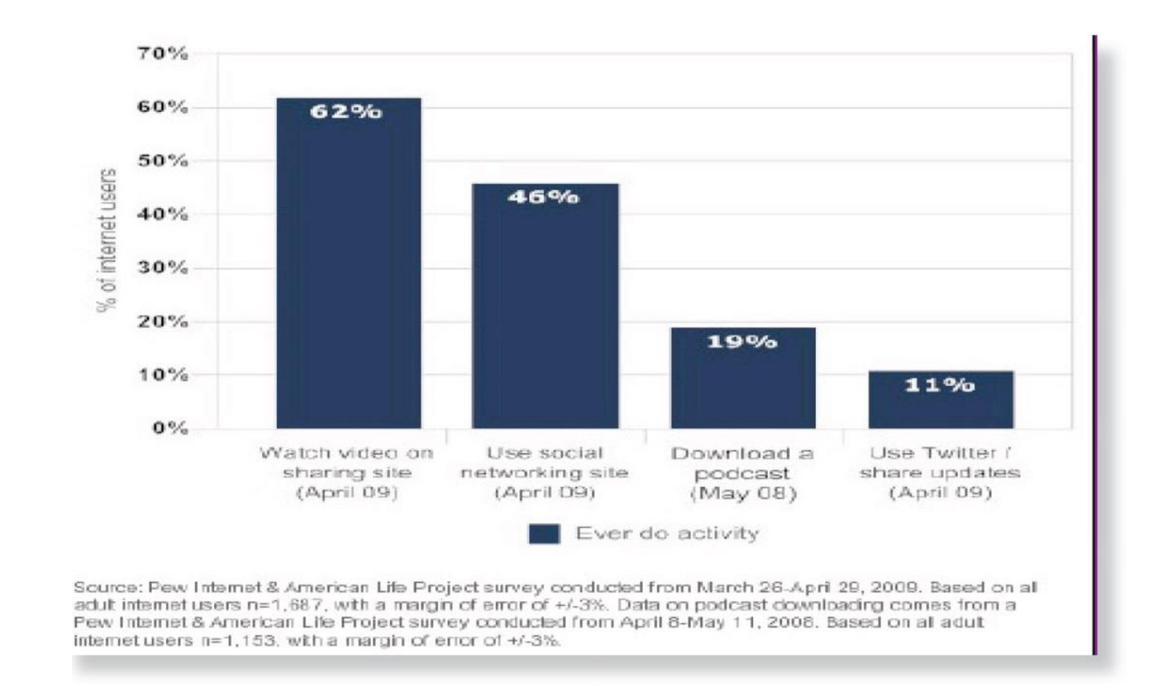
شكل (١) معدلات مشاهدة الفيديو علي الخط المباشر

المصدر: Pew Internet & American Life Project survey conducted from March ٢٦ –April ٢٩, ٢٠٠٩:

كما فاق استخدام مواقع مشاركة الفيديو العديد من مواقع التسلية الأخرى التي تصدرت عناوين الإنترنت فيما سبق (كما هو موضح بالشكل٢)؛ فقد أصبحت مشاهدة الفيديو على موقع «يوتيوب» الأكثر انتشارًا بين البالغين الأمريكيين (٦٢ %)من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية (٤٦%)، وتحميل بودكاست(١٩ %) واستخدام "تويتر Twitter" (١١)[٧]

(٦)Madden, Mary. The Audience for Online Video-Sharing Sites Shoots Up [report].- Pew Internet & American Life Project, July ٢٠٠٩. [URL: http://pewresearch.org/pubs/١٢٩٤/online-video-sharing-sites-use]

(٧)Madden, Mary. Ibid. (or Opt.Cit)



شكل (٢) معدلات استخدام تطبيقات الويب ٢,٠ علي الخط المباشر

المصدر:

Pew Internet & American Life Project survey conducted from March ٢٦-April ٢٩,

٢٠٠٩

هذا ويتصدر موقع "يوتيوب" You Tube المرتبة الأولى بين مواقع مشاهدة الفيديو الشهيرة وفقًا لمؤشر شركة " نيلسون" Nielsen Company لمعدل استخدام وتدفقات الفيديو في أغسطس ٢٠٠٩م (جدول١) [٨]

(٨) Total Online Video Streams up ٤١٪ from Last Year.- The Nielsen Company, September ١٥, ٢٠٠٩.http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/total-online-video-streams-up-٤١-from-last-year/

جدول(١) ترتيب المواقع وفقًا لمعدل تدفقات الفيديو في أغسطس ٢٠٠٩م

Rank	Video Brand	Total Seams	Unique Viewers
١	You Tube	٧,٨٨,٦٣٨	١٠٧,٧٣٠
٢	Hulu	٣٩٢,٥٤٥	٩,٨٩٤
٣	Yahoo!	٢٢٦,٦٠١	٢٨,٤٠٢
٤	MSN/WindowsLive/Bing	١٨٠,٦٠٣	١٧,٢٤٤
٥	Nickelodeon Kids and Family Network	١٥٨,٧٩٠	٦,٣٧٦
٦	Turner Sports and Entertainment Digital Net.	١٥١,٦٠٦	٧,٨٢٦
٧	Fox Interactive Media	١٤٩,٣٠٤	١٤,٨٢٣
٨	Disney Online	١٠٣,٩٩٢	٩,٥٢٤
٩	MTV Networks Music	١٠٢,٠٢١	٦,٢٢٧
١٠	Blinkx	٩٤,٧٢٨	٤٢٥

ونظرًا لندرة إحصاءات استخدام مواقع الإنترنت في الوطن العربي، فقد اعتمد الباحث على موقع "ألكسا"Alexa[٩] للتعرف على ترتيب موقع "يوتيوب" ضمن المئة موقع الأكثر استخدامًا في الوطن العربي، حيث تبين أن معدلات زيارة مستخدمي الإنترنت في الدول العربية لموقع "اليوتيوب" عالية جدًا قياساً بغيرها من المواقع، وهو ما يتسق مع إحصاءات استخدام الموقع على مستوى دول العالم الأخرى (جدول٢).

[٩]Alex. http://www.alexa.com/topsites/countries .[Cited in: Oct. ١٣,٢٠٠٩]

جدول(٢) ترتيب الدول العربية وفقًا لمعدل استخدام موقع "يوتيوب"

الدولة	ترتيب «يوتيوب»
السعودية، قطر، الكويت	الثاني
الإمارات، البحرين، المغرب	الثالث
مصر، ليبيا، اليمن، العراق	الرابع
السودان، الجزائر، عمان، الأردن، الأراضي الفلسطينية	الخامس
لبنان	السادس
سوريا	السابع عشر
تونس	الثالث والعشرون

ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة وتمركزت حول رصد وتحليل الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على الإنترنت، متخذة من أكثرها انتشارًا نموذجًا للدراسة، وهو موقع «يوتيوب»؛ لاستقراء التطبيقات وأنماط الإفادة الممكنة. ومن ثم تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيس، هو:

كيف يمكن الاستفادة من مواقع نشر وإتاحة مقاطع الفيديو المتاحة على شبكة الويب في التطبيقات المهنية المختلفة المرتبطة بتخصص المكتبات و المعلومات..؟

وانطلاقاً من التساؤل الرئيس للدراسة يمكن بلورة التساؤلات التي تحاول الدراسة الإجابة عنها على النحو الآتي:

- ما هي دوافع استخدام المكتبات، ومراكز المعلومات لـ"يوتيوب" ؟
- كيف استفادت المؤسسات المهنية والتعليمية والعلمية لتخصص المكتبات من الإمكانات التي يقدمها موقع "يوتيوب" على الإنترنت؟
- ما هي سبل الإفادة من إمكانات موقع "يوتيوب" في دعم الأنشطة المهنية المختلفة (تعليمية وتدريبية، الخدمات وتسويقها...إلخ) ؟
- ما هو مستوى نشاط وتفاعل المكتبات، ومراكز المعلومات العربية قياسًا بمثيلاتها الأجنبية ؟

– ما هي الخصائص العددية، والنوعية لتسجيلات الفيديو ذات الصلة بتخصص المكتبات والمعلومات بالموقع؟ وهل يمكن تبويب أو تصنيف تلك التسجيلات على فئات؟

٢/١ أهداف الدراسة وأهميتها:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

– التعرف على الخصائص العددية والنوعية للمؤسسات المهنية و/أو العلمية التي تستخدم موقع «يوتيوب» لمشاركة الفيديو؟

– استكشاف ورصد أنماط إفادة المؤسسات المهنية و/أو العلمية لتخصص المكتبات والمعلومات على المستويين الأجنبي والعربي لخدمات موقع ''يوتيوب''.

– وضع تصور مقترح لتفعيل الإفادة المهنية، واستخدام إمكانات "اليوتيوب" وخدماته في الوطن العربي.

وتأتي أهمية هذه الدراسة من ندرة المعلومات، والبحوث حول استخدامات مواقع مشاركة الفيديو على الإنترنت، والإفادة منها كمصادر معلومات من ناحية، وكقنوات اتصال من ناحية أخرى في مجال المكتبات والمعلومات؛ ومن ثم وجب إجراء دراسة مسحية استكشافية للتعريف بنموذج لمواقع مشاركة الفيديو واستخداماته وخدماته، ومحاولة مطابقة أو توفيق إمكاناتها مع التطبيقات المهنية المتخصصة في المكتبات والمعلومات؛ مما يزيد الوعي بإمكاناته، وتشجيع استخدامه بمرافق المعلومات العربية، وهو ما له مردود إيجابي على كفاءة الخدمات المكتبية والمعلوماتية وجودتها، بالإضافة إلى تمهيد الطريق لمزيد من البحث والتطوير في المجال ذاته.

كما يزيد من أهمية الدراسة ضرورة اضطلاع المكتبات، ومراكز المعلومات العربية بدورها في دعم الاستخدام الإيجابي وتعزيزه لتقنيات وتطبيقات الويب، إضافة إلى تنمية ثقافة المشاركة والتفاعلية لدى المستفيدين، وعدم الوقوف عند حد المشاهدة والملاحظة، أو عند المنع والحجب دون التوجيه للاستخدامات السلبية لمثل هذه التقنيات التي من المؤكد أنها لو تركت على هذا الحال ستلتهم فكر المستخدمين العرب وأوقاتهم وأخلاقهم. فينبغي ألا تقتصر نظرتنا على ما يمكن أن نستخدمه نحن كمهنيين بقدر ما يمكن أن نوجه، وندرب المستفيدين على استخدامه، وهو دور أساسي يجب أن يضطلع به أخصائيو المكتبات والمعلومات في ظل هذا الكم الهائل من المعلومات المتاحة على الشبكة.

٣/١ حدود الدراسة:

تدور الدراسة حول التعرف على التطبيقات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو من خلال دراسة تلك التطبيقات وتحليلها بموقع «اليوتيوب »You Tube، وتقتصر هذه الدراسة على استخدام المؤسسات متمثلة في: المكتبات، ومدارس المكتبات والمعلومات وأقسامها، والجمعيات والاتحادات المهنية ،ويخرج عن نطاق الدراسة استخدام المهنيين أنفسهم أو المستخدمين. كما اتخذت الدراسة حدًا زمنيًا لها منذ نشر موقع "اليوتيوب" على الإنترنت وحتى ١٥ نوفمبر ٢٠٠٩م.

٤/١ منهجية الدراسة وأدواتها:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول استقصاء الحقائق المتعلقة بالظهارة محل الدراسة. كما اتبعت الدراسة منهج تحليل المضمون لتوصيف فئات تسجيلات الفيديو المنشورة بقنوات المؤسسات المهنية و/أو العلمية التي أمكن رصدها. ولأغراض جمع البيانات حول مجتمع الدراسة استخدم الباحث قائمة مراجعة تم إعدادها بناء على الكتابات المتخصصة، والزيارات الاستطلاعية لمواقع مشاركة الفيديو (ملحق١).

مجتمع الدراسة:

في محاولة للتعرف على كم تسجيلات الفيديو ذات الصلة بتخصص المكتبات على موقع «اليوتيوب »تم إجراء بحث في أداة البحث المتوافرة بالموقع بعدد من المصطلحات فجاءت النتائج كما يبينها جدول:(٣)

جدول (٣) نتائج بحث الكلمات ذات الصلة في موقع «يوتيوب»

كلمة و/أو جملة البحث	قنوات	قوائم مشاهدة	فيديو
library	٢,٥٠٠	١٣١,٠٠٠	١٣٣,٠٠٠
libraries	٢,٥٠٠	٤,٨٢٠	١٣٧,٠٠٠
Bibliothèque	١٩	٤,٦٣٠	٢,٣٦٠
Bibliothek	١٠	٥٦٠	٩٧٥
مكتبة	٤٠	٩٥٠	١,٦٧٠
مكتبات	٣	١١	٣٤٦

ولما كان من الصعوبة بمكان تحليل هذا الكم من تسجيلات الفيديو، فقد اقتصرت الدراسة الميدانية على القنوات Channels لما تمثله من انعكاس لاستخدام المؤسسات للموقع. والقناة عبارة عن صفحة يمكن مشاهدتها بواسطة الجمهور العام للموقع، وتحتوي على معلومات مفصلة عن المستخدم، وتسجيلات الفيديو التي نشرها أو رفعها بالموقع، والمقاطع المفضلة له. (١٠)

وبعد فرز نتائج البحث، وحذف التكرارات بلغ إجمالي القنوات ٣٤٢ قناة، موزعة على النحو المبين في جدول (٤) .

جدول (٤) توزيع قنوات مؤسسات المكتبات والمعلومات بموقع «يوتيوب»

القنوات	التكرار
جمعيات علمية أو مهنية	١١
كليات وأقسام المكتبات والمعلومات	٦
المكتبات الوطنية	٨
المكتبات الجامعية	٦٠
المكتبات العامة	١٥٦
مكتبات عربية	٢
إجمالي	٢٤٣

٥/١ الدراسات السابقة:

كخطوة أولى ومطلب مسبق للقيام بأي دراسة علمية حول موضوعٍ ما؛ يتحتم إجراء مسحٍ شاملٍ للإنتاج الفكري لرصد الدراسات السابقة والمشابهة التي أجريت حول موضوع الدراسة؛ وذلك بهدف وضع الدراسة في إطارها الصحيح بالنسبة للتراث المكتوب في ميدانها، وتجنبًا لتكرار الجهد، وبيان أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين غيرها من الدراسات. ولقد أسفرت نتائج البحث في الببليوجرافيات، وقواعد البيانات المتاحة على الخط المباشر مثل : LISA. Academic Search complete ، بالإضافة إلى

(١٠)YouTubeGlossary. http://www.google.com/support/youtube/bin/answer.py?hl=en&answer=٩٤٣٣٢

مراجعة الدليل الببليوجرافي للإنتاج الفكري العربي في مجال المكتبات والمعلومات بطبعاته المختلفة، ومحركات البحث على الإنترنت، أسفرت عن عدم وجود دراسات علمية تناولت الموضوع نفسه سواء على المستوى العربي أو الأجنبي [١١] .

ثانياً: المراجعة العلمية:

تم تأسيس «اليوتيوب»You Tube في فبراير ٢٠٠٥م بواسطة ثلاثة موظفين من شركة PayPal هم «تشاد هيرلي »Chad Hurley و«ستيف تشين »Steve Chen و«جاود كاريم »Jawed Karim، بـ"سان برونو"San Bruno في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية. وقد تلق تمويلا من «سيكويا كابيتال»Sequoia Capital في نوفمبر ٢٠٠٥م، وتم إطلاق الموقع في ديسمبر من العام نفسه، وفي أكتوبر ٢٠٠٦م أعلنت شركة "جوجل" Google شراء الموقع مقابل ١,٦٥ مليار دولار أمريكي .

لقد فرض موقع «اليوتيوب»، وانتشار استخدامه نفسه على الإنتاج الفكري، والكتابات المتخصصة التي تناولت مشاركة الفيديو في إطار ظاهرة إنتاج المحتوى بواسطة المستخدمين

أنفسهم User-generated content (UGC)؛ فقد عرض «ميشيل»Michael Stephens (٢٠٠٧م)[١٢] في الفصل الخامس من تقرير تكنولوجيا المكتبات لمشاركة الفيديو من خلال مواقع الإنترنت مثل: «يوتيوب» و"جوجل فيديو"، وناقش استخدام المكتبات للتدوين المرئي(تدوين الفيديو)، وشهرة موقع «اليوتيوب» وشيوعه. تلا ذلك عرض لبعض نماذج من استخدام المكتبة لإمكانات اليوتيوب مثل المسابقة التي أُجريت بين المراهقين لأفضل فيلم فيديو حول كيف يمكن أن نقضي وقتًا ممتعًا بالمكتبة، ثم انتهى بعدد من المقترحات حول استخدام الفيديو في المكتبات.

---

(١١)Library, Information Science & Technology Abstracts. [URL: http://web.ebscohost.com/ehost/] [cited in: August ٢٠٠٩]

- Academic Search Complete. [URL: http://web.ebscohost.com/ehost/] [cited in: August ٢٠٠٩]

ERIC. [URL: http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/] [cited in: August ٢٠٠٩] .

دليل الإنتاج الفكري في مجال المكتبات والمعلومات: ٢٠٠١-٢٠٠٤م/ محمد فتحي عبد الهادي._ الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية،٢٠٠٧ م

(١٢)Stephens, Michael. Social Video Videoblogging & YouTube.- Library Technology Reports; Sep/Oct٢٠٠٧, Vol. ٤٣ Issue ٥, p٥٢-٥٧, ٥p

كما عرضت «لويزا » Luisa (٢٠٠٨م) (١٣) تجربة لمكتبة كلية الصناعات الإبداعية Industries Creative Library بجامعة "كوينزلاند" للتكنولوجيا QUT لاستخدام «اليوتيوب» من خلال إنتاج مقطع فيديو قصير لجولة داخل المكتبة كجزء من برامج الإرشاد والتوجيه لعام ٢٠٠٨م؛ وذلك بهدف جذب اهتمام طلاب السنة الأولى، وزيادة معدلات الإعارة بعد أن انخفضت بنسبة ٢٦% في العام الجامعي السابق. وفي هذه الورقة تستعرض «لويزا» مراحل إنتاج المكتبة لمقطع الفيديو، واستجابات الطلاب ورد فعلهم، ثم تختتم بمناقشة السلبيات التي تكتنف استخدام «اليوتيوب »كوسيط تعليمي، كل ذلك في إطار مناقشتها لثورة الجيل الثاني من الويب web ٢.٠ وتطبيقاته .

بينما تناولت «كارين »Karen F .(٢٠٠٧ م) (١٤) في المراجعة التي أعدتها حول حفظ الصور المتحركة واختزانها Moving Picture للتغييرات التي طرأت على أرشفة الصور المتحركة في ظل التطورات الحديثة لخدمات مشاركة الفيديو مثل «يوتيوب». وأشارت إلى أن أكثرها أهمية بالنسبة لأرشفة الصور المتحركة لا يرتبط بالمجموعات نفسها بقدر ما يرتبط بالنسق الاجتماعي الذي يدعم المؤسسات الثقافية للقيام بدورها كمنشئ ومحافظ على الموروث الثقافي، وأنه في المستقبل لن يكون الإشراف وصيانة الصور المتحركة حكرًا على المؤسسات التي اعتادت القيام بمثل هذه المسؤولية مثل: الأرشيفات والمكتبات؛ فسرعان ما سيتولى هذه المهمة الأفراد والمؤسسات الأخرى المهتمون

بمشاركة المحتوى وتحديده. وأكدت «كارين» أن التكنولوجيات التي يتم تطويرها، واختبارها في بيئة الويب تقدم نموذجاً جديداً لأرشيف الصور المتحركة يضع المستخدم في مقدمة القائمين على عمليات إنشاء الأرشيف .

---

(١٣) Rossitto, Luisa M. ‘Super Dooper! CI Library Goes YouTubing!’ In: Proceedings Beyond the Hype ٢٠٠٨: Web ٢,٠, Queensland University of Technology, ١–٢ February ٢٠٠٨.

(١٤)Gracy, Karen F. ‘Moving Image Preservation and Cultural Capital.’ Library Trends ٥٦, no. ١ (Summer ٢٠٠٧): ١٨٣–٩٧.

لقد حاولت هذه الدراسة استكشاف تداعيات التمييز بين نمط المؤسسات الثقافية التقليدية، وبين الأشكال الجديدة من مجموعات الصور المتحركة الرقمية المنتشرة على الإنترنت؛ وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية: هل دفع ظهور الأرشيفات الحديثة للصور المتحركة على الإنترنت المؤسسات الثقافية التقليدية إلى إعادة النظر في تقييم أدائها وتحسينه؟ وإذا لم يعد لتلك المؤسسات الثقافية الدور نفسه والمسؤولية تجاه صيانة واختزان المجموعات (أنشطة التزويد، والتقييم ،والوصف، والإتاحة) فما هو دورها في المجتمع بالنسبة للتراث الثقافي؟ وهل نعيش حاليًا ميلاد ونهضة نسق جديد يتعاون فيه كل من المنشئ، والمستفيد لتهيئة وتشكيل محتوى، وبنية مجموعات الصور المتحركة؟

كما ركزت على أثر تلاشي الحدود الفاصلة بين الأرشيف التقليدي، ومجموعات الصور المتحركة على الإنترنت؛ فبينما اعتادت المؤسسات على تولي عمليات وممارسات إدارة تلك المجموعات، وما يتضمنه ذلك من سلطة اتخاذ قرارات بشأن اقتناء وتقييم، وحفظ واختزان هذا النوع من المجموعات؛ فإن نمط المجموعات المتاحة على الإنترنت لا تتوافر به، ولو قدر قليل من مثل هذه البني، مما ينبئ عن نموذج جديد لإنشاء الأرشيف الديموقراطي الذي يوثق وييسر الخطاب الاجتماعيSocial discourse عن طريق تشجيع المستخدمين لإرسال تسجيلات الفيديو الخاصة بهم، ومشاركتها مع غيرهم في المجتمع، ويتم تنظيم المواد بواسطة "التكشيف/التوصيف بالكلمات الحرة" Tagging[(١٥)] وربطها باللقطات الأخرى ذات العلاقة، حتى يمكن تحميلها بسهولة من الأرشيف، وتضمين روابط لها ضمن المواقع الإلكترونية الأخرى، وأخيرًا إنشاء مواد توثيقية إضافية للقطات من خلال التعليقات.

وقد خلصت "كارين" من المراجعة التي قدمتها إلى عدد من الملاحظات منها:

١) أنه بالرغم من تقييد إتاحة العديد من المواد المحمية وفقًا لقانون حق النشر على مواقع مشاركة الفيديو إلا أن هذا التوجه يعطي الفرصة لمجتمع التراث الثقافي من مواصلة النقاش مع مالكي المحتوى حول قضايا الملكية الفكرية، وبخاصة سياسة الاستخدام العادل fair use .

(١٥)استخدم الباحث الاستخدام الوظيفي للمصطلح، ومن المصطلحات بديلة: توسيم، كلمات دالة، الوسم، إضافة كلمات/عبارات دلالية، الكلمات الدليلية.

٢) نظرًا لطبيعة هذه الأرشيفات المعتمدة على المنشئ والمستخدم على حدٍ سواء فإن النمط التراكمي لها سيختلف عنه في الأرشيفات التقليدية، فعلى سبيل المثال يقوم المستخدم بإنشاء أرشيفه الذاتي، أو مكتبته الشخصية، وتنظيمها كنشاط أساسي متنامٍ ضمن الأنشطة الاجتماعية الأخرى .

٣) يعتمد مفهوم "المستودعات الرقمية الموثوقة" على المحتوى الذي كانت تتولى مسؤولية إداراته المؤسسات الثقافية، غير أنه في ظل النموذج الجديد لا يُفترض أن تكون كل المجموعات من إشراف أو متابعة مثل تلك المؤسسات.

وأخيرًا أوصت بأنه في ظل التطورات الحديثة للأرشفة الاجتماعية يتحتم على أرشيفات الصور المتحركة أن تفكر فيما إذا كان هذا التطور يمثل نموذجًا جديدًا في بناء المجموعات أم لا؟ وهل ستسعى تلك المؤسسات لإنشاء نظم لاقتناء وحفظ المحتوى من المستخدمين؟ وهل تسمح لهم بتحديد قيمة المواد من خلال ممارسات الوصف، والاستخدام، والتعليقات؟... وإن فعلت ذلك فهل هذا يعني تخليها عن مسؤولية الضبط والصيانة، ومن ثم صلاحيات الحكم على قيمة المحتوى؟

وفي سياق استخدام «اليوتيوب» نفسه في الأرشفة ناقش «روبيرت Rebort» (٢٠٠٩م) [١٦] الآراء التي تؤيد فكرة أن سهولة وصول الأفراد لموقع «يوتيوب»، والمساهمة فيه جعلته في مواجهة مباشرة مع منافذ أكبر مؤسسات الإعلام، مناديًا بأنه لفهم أعمق لطبيعة، وإمكانات «اليوتيوب» ينبغي ألا

يُنظر إليه على أنه منافس لمؤسسات الإعلام التقليدية بقدر ما أنه امتداد لجيل سابق من تقنيات الأرشفة وأساليبها. ويبني الباحث رؤيته على تحليل لبنية، وإمكانات «اليوتيوب» في مقابل خصائص الأرشيف ووظائفه، فهو يرى أن «اليوتيوب ما هو إلا أرشيف ينتظر مديره»؛ وبناء عليه يقدم في دراسته نمط بديل للتفكير في النواتج المحتملة أو المتوقعة من «اليوتيوب» إذا ما تم النظر إليه من تلك الزاوية. وقد حاول الباحث تحديد الانتقادات السياسية والاقتصادية والتاريخية الموجهة للمجموعات والأرشيفات حتى يمكن ربط التكنولوجيات المستحدثة في اليوتيوب بالمحاولات السابقة عليها لتنظيم وتمثيل المعلومات والكيانات والصور.

(١٦)Gehl, Robert. 'YouTube as Archive: Who Will Curate This Digital Wunderkammer?' International Journal of Cultural Studies ١٢, (January ٢٠٠٩): ٤٣–٦٠.

وقد استدل «روبيرت» على كون «اليوتيوب» أرشيفًا من خلال بنيته فهو ليس برنامج للمشاركة بأسلوب الند للند Peer-to-peer وهي تلك الفئة من البرامج التي تربط بين حاسبين معا على شبكة خاصة؛ وإنما هو عبارة عن خادم مركزي يختزن المحتوى الذي يضيفه المستخدمون إليه. كما أنه ليس وكالة أو مؤسسة إعلامية Broadcaster حيث أن الموقع لا ينتج أي محتوى بنفسه، وإنما هو منفذ لمشاهدة المحتوى الذي يضاف أو يقدم له بوساطة طرف ثالث سواء أُنتج خصيصًا للعرض على «اليوتيوب» أو نُقل من محتوى إعلامي موجود أساسًا.

على طرف أخر قدم «لانج » Lange (٢٠٠٧م) [١٧] تقريرًا بحثيًا لمشروع أثنوجرافي [١٨] Ethnographicجرى تنفيذه على مدار عام حول «اليوتيوب» كنموذج لمواقع مشاركة الفيديو، والذي يتيح الفرصة للأفراد في تجربة خبرات متنوعة تتراوح بين مشاهدة الفيديو ومشاركته بهدف المحافظة على العلاقات الاجتماعية. وقد أظهرت نتائج تحليل الكيفية التي يتبعها المشاركون بـ «يوتيوب» في تطوير شبكات اجتماعية، والمحافظة عليها أن نمط تبادل ومشاركة الفيديو يعكس علاقات اجتماعية مختلفة بين الشباب، ويحدد درجات متفاوتة من مفهوم «العمومية » Publicness في مشاركة الفيديو .

كما أوضحت النتائج نمطين من سلوك مشاركة الفيديو: أولهما: سلوك« Privately public» الذي ينطوي على مشاركة المحتوى على نطاق واسع مع العديد من المشاهدين بينما تم تقييد الوصول للمعلومات التفصيلية عن هوية المنتج؛ وثانيهما: سلوك"Publicly private" والتي يتاح من خلاله عرض معلومات هوية منتج الفيديو في حين يعتبر المحتوى خاصًا نظرًا لأنه لا يمكن الوصول إليه إلا من قبل عدد محدود من المشاهدين فهو غير متاح على نطاق واسع .

---

(١٧)Lange, P. G. Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, ١٣(١), article ١٨ (٢٠٠٧). [URL:http://jcmc.indiana.edu/vol١٣/issue١/lange.html] [cited in: Oct ٢٠٠٩]

(١٨) الأثنوجرافيا (علم الإنسان الوصفي) هي إستراتيجية منهجية تستخدم لوصف المجتمعات البشرية، ويسعى هذا العلم إلى اعتماد منهج البحث الوصفي أو منهج المسح معتمدًا على الملاحظة المباشرة والمشاركة أحيانًا، وموجهًا عنايته للثقافات الإنسانية والظواهر الاجتماعية بالوصف الدقيق.

في حين استهدفت دراسة «سيان » Sean (٢٠٠٨م) [١٩] اختبار استخدامات «اليوتيوب» ومدى الرضا عنه باعتباره من وسائل الإعلام الحديثة، مقارنة باستخدامات ورضا من يشاهدون التلفزيون سابقًا. وقد حدد من قاموا بالإجابة على الاستبيان الأسباب الكامنة وراء مشاهدة التلفزيون و"اليوتيوب" وقد جاءت نتيجة التحليل العامليFactor analysis للاستجابات أربعة لصالح الاستخدام والرضا لـ"يوتيوب"، وستة للتلفزيون. وبالرغم من وجود تداخل في بعض أوجه الاستخدامات والإفادة إلا أن أسباب استخدام «اليوتيوب» ليست نفسها بالنسبة للتلفزيون. كما أشارت الدراسة إلى أن النتائج المترتبة على مشاهدة التلفزيون واضحة، وتتفق مع الدراسات السابقة، في حين أن نتائج مشاهدة «يوتيوب» أقل وضوحًا، وتتطلب مزيدًا من الاستقصاء لتعميق فهم استخداماته والرضا عنه.

وامتدادًا لدراسات اتجاهات المستخدمين، وأنماط إفادتهم انطلقت دراسة «رضا عبد الواجد» (٢٠٠٩م) [٢٠] من ملاحظته لإقبال الشباب على المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل ملفات الفيديو الشخصية أو العامة كنوع من الأشكال الاتصالية المستحدثة، وبناء عليه استهدفت دراسته الكشف عن خصائص مستخدمي موقع «يوتيوب» من الشباب الجامعي، ومعرفة أنماط الاستخدام ودوافعه وأسسه، ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي على عينة من الشباب بالجامعات البحرينية العامة والخاصة بلغت١٢٢ مفردة، ٧٨,٧% منها ينتمون إلى مملكة البحرين، و٢١,٣% من جنسيات عربية أخرى. وقد خلصت الدراسة إلى أن جميع عينة الدراسة لديهم سابق معرفة بمواقع الويب التي تسمح بمشاهدة ومشاركة الفيديو، وأن ٧٠,٥% لا يعرفون من تلك الفئة من المواقع سوى موقع "يوتيوب". كما بينت النتائج أن ٣١,٧% يشاهدون الفيديو على «يوتيوب» لرغبتهم في معرفة الأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، بينما جاء دافع التسلية والترفيه في المرتبة الثانية بنسبة ٢٩,٩%.

---

(١٩)Hagerty, Sean P. An examination of the uses and gratifications of YouTube. ProQuest Dissertations and Theses, ٢٠٠٨, ,٦١ p.

(٢٠) رضا عبد الواجد أمين. استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. في: المؤتمر الدولي «الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لإعلام جديد»، جامعة البحرين، مملكة البحرين، إبريل ٢٠٠٩م .

أما على مستوى الجهود المبذولة لتحليل محتوى «اليوتيوب» فقد حاول «تشانج» Cheng ورفاقه (٢٠٠٧م) [٢١] تقديم نمط قياس أكثر عمقا لخصائص وسمات ملفات الفيديو المستضافة بموقع «يوتيوب»، حيث بينت نتائج التحليل أن لمقاطع الفيديو بالموقع إحصاءات تختلف بالمقارنة مع غيرها من ملفات الفيديو المتدفقة Streaming؛ بداية من زمن الفيديو، ونمط الوصول وانتهاءً بالتقييم والتعليقات والترشيحات. كما ركزت تلك الدراسة على بيان جوانب التشابك الاجتماعي لـ "يوتيوب" لما لها من أثر كبير في نجاح وانتشار الموقع؛ حيث تبين أن روابط مقاطع الفيديو ذات الصلة والتي تم تحميلها للموقع تشكل شبكة مصغرة، وهذا يشير إلى وجود ارتباطات قوية بين تسجيلات الفيديو مع بعضها البعض مما يخلق فرص تطوير نماذج توزيع جديدة وفعالة لتوصيل تسجيلات الفيديو للمستخدمين.

أما «باربارا » Barbara (٢٠٠٨م) [٢٢] فقد عمدت في دراستها إلى وصف وتبويب Categorizing تسجيلات الفيديو حول موضوع الإعاقة على موقع «يوتيوب»؛ وذلك من خلال تحليل التسجيلات التي بلغت ١٤٧ فيلم تم رصدها على مدار أسبوع لمعرفة الفئات الموضوعية التي تمثلها. وقد وزعت مقاطع الفيديو التي تم رصدها على النحو التالي: ٧٠ فيلمًا عن الصمم، و٥٨ عن مرض التوحد Autism، أما من حيث نوع المحتوى فقد وجد أن ٤٢ مقطع فيديو حول قصص شخصية، و٣٩ مقطع فيديو حول مدونة فيديو.

وأخيرا ركز (ين . مان) Yee-Man (٢٠٠٨م) [٢٣] في أطروحته على تحليل نماذج من أفلام فيديو موسيقية تم تصويرها وتحميلها على موقع «اليوتيوب» بواسطة المعجبين ممن حضروا المشهد الاجتماعي

(٢١)Cheng, Xu, Cameron Dale, and Jiangchuan Liu. Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study. ArXiv.org, Cornell University Library, ٢٥ July ٢٠٠٧. Also published as ‘Statistics and Social Network of YouTube Videos.’ Quality of Service, (٢٠٠٨): ٢٢٩–٣٨.

(٢٢)Bromley, Barbara E. Broadcasting Disability: An Exploratory Study of a Video-Sharing Website.- ٢٣rd Annual International Conference on Technology and Persons with Disabilities, [CA], ٢٠٠٨

(٢٣)Leung, Yee-Man Janice. From crowdsurfing to crowdsourcing: User-generated concert videos, YouTube.com and the practices of music fandom. ProQuest Dissertations and Theses, ٢٠٠٨, ١٢٣ p. (Music, Mass media)

بمهرجان الأولمبياد بتورنتو، ومهرجان شيكاغو في صيف عام ٢٠٠٦م. ومن خلال عينة الدراسة قام الباحث بتقييم متغيرات ممثلة في الفورية والجماليات والمحتوى، وأثره على تمكين عشاق الموسيقى من الاستفادة من موروثهم الثقافي، والشعور بهويتهم.

ثالثاً: **تطبيقات «اليوتيوب» في المكتبات والمعلومات**:

سبق أن ذكرنا وجود عدد قليل من الكتابات المتخصصة التي تضمنت إشارات لاستخدامات «اليوتيوب» كوسيلة أو قناة اتصال مهني على كافة المستويات، ومن هذا المنطلق يحاول هذا القسم من الدراسة وصف وتحليل أوجه الاستفادة والاستخدامات المهنية من قبل مؤسسات المكتبات والمعلومات .

١/٣ الاتحادات والجمعيات العلمية والمهنية:

لعل أهم ما يميز نشاط الاتحادات والجمعيات المهنية هو ما تعقده من مؤتمرات وملتقيات وندوات، والتي غالبا ما يتعذر على كثير من أخصائي المكتبات والمعلومات بمختلف دول العالم، وبخاصة في الوطن العربي، من حضورها إما لظروف اقتصادية أو إدارية؛ ومن ثم يُعد تسجيل تلك الفعاليات أحد أهم مهام تلك المؤسسات المهنية في سياق توثيق أنشطتها. كما أن لنشرها وإتاحتها للمتخصصين بالغ الأثر في توسيع رقعة الإفادة، ودعم تنمية القدرات البشرية .

ومن المفارقات الملفتة للنظر أنه لم تخلُ أحدث المؤتمرات والندوات العلمية على مستوى العالم من الحديث عن تطبيقات الجيل الثاني من الويب web ٢,٠، والتي تعد مواقع مشاركة المحتوى أحد أبرز أمثلتها، إلا أن مقدار إفادة تلك المؤسسات منها لم يكن على المستوى المتوقع؛ والدليل على ذلك أن الاتحاد الدولي لجمعيات المكتبات IFLA لم يُنشئ قناة أو مجموعة خاصة به على "اليوتيوب"

بالرغم من أن ما يقرب من ١٢١ ألف فيديو تم إضافتها من قبل أفراد ممن حضروا واحدًا أو أكثر من مؤتمرات الاتحاد الدولي. وما يزيد الأمر غرابة أن الاتحاد الدولي نفسه غالبًا ما يذكر ضمن موقع المؤتمر السنوي له مثل هذه التغطيات الإعلامية المنشورة بواسطة الأفراد، ولعل مرجع ذلك إلى أن الاتحاد لم يهتم بتسجيل كافة جلسات وفعاليات مؤتمراته السنوية تاركًا للحضور تلك المهمة.

لقد أمكن رصد إحدى عشرة قناة لجمعيات مهنية متخصصة، منها اثنتان لجمعية المكتبات الأمريكية ALA، واثنتان لجمعية مكتبات مقاطعة Allegheny County ببنسلفانيا. وقد كانت قناة جمعية المكتبات الأمريكية هي الأقدم بين تلك القنوات حيث أنشئت في فبراير ٢٠٠٧م ثم انتقلت إلى قناتها الثانية والأحدث في مارس ٢٠٠٨م وتوقفت عن تحديث قناتها الأولى، هذا وقد احتلت قناة الجمعية الصدارة على كافة المستويات سواء من حيث عدد تسجيلات الفيديو والمشاهدات والمشتركين (جدول٥).

جدول (٥) قنوات الجمعيات العلمية والمهنية على اليوتيوب مرتبة وفقًا لتاريخ الإنشاء

القناة	تاريخ الإنشاء	المشاهدات	المشتركون	الفيديو
جمعية المكتبات الأمريكية(١)	٢٨ فبراير ٢٠٠٧م	-	٦٦	٨
جمعية مكتبات مقاطعة(١) Alleghyeny	١ نوفمبر ٢٠٠٧م	٣١٩	٠	٤٢
جمعية المكتبات الأمريكية(٢)	٢٦ مارس ٢٠٠٨م	٧,٢٩٨	٢٧٨	١٤٩
جمعية مكتبات جنوب كارولينا	٧ يناير ٢٠٨م	١.١٦٤	١٣	١٢
اتحاد المكتبات الرقمية	٢٠ مايو ٢٠٠٨	١.٠٤٧	١٢	١٢
جمعية أخصائيي مكتبات الأوركسترا	٤ يونيه ٢٠٠٨م	١.١٠٧	٨	٠
جمعية المكتبات اللاهوتية الأمريكية	١٧ يونيه ٢٠٠٨م	٦٢٥	١٠	٧٦
جمعية أخصائيي المكتبات المدرسية	٢٣ مارس ٢٠٠٩م	٢٧	٠	٦
جمعية مكتبات مقاطعة(٢) Allegheny	٨ إبريل ٢٠٠٩م	٦٠	٠	٩
جمعية مكتبات كاليفورنيا	٨ مايو ٢٠٠٩م	٣٦٢	٤	٥
جمعية المكتبات الدنماركية	٩ سبتمبر ٢٠٠٩م	٤٨	٠	٨

ويلاحظ من الجدول السابق ارتفاع معدل مشاهدة قناة جمعية أخصائيي مكتبات الأوركسترا بالرغم من أنها لم تضف أي تسجيلات لها، وبفحص القناة تبين أن ذلك مرجعه إلى اعتماد القناة على قائمة التفضيلات Favorites لإثراء محتواها حيث تضمنت قائمة تفضيلات تضم خمسة تسجيلات فيديو. لقد تبين من الدراسة الميدانية أن ٤٥,٥ % من قنوات الجمعيات تضمنت قوائم تفضيلات، في حين استفادت ٢٧% منها فقط من قوائم المشاهدة في تبويب أو تصنيف المحتوى.

أما من حيث التوزيع الجغرافي فكانت الصدارة للجمعيات الأمريكية باستثناء جمعية واحدة بالدنمارك. كما أهتمت ٣٦% فقط من الجمعيات بذكر تعريف لها أو نبذة (موجز) مختصرة عنها ضمن القناة، في حين أغفلت أربع جمعيات(٣٦%) ذكر موقعها الإلكتروني على شبكة الويب من بينها اتحاد المكتبات الرقمية.

لقد حددت ثلاث جمعيات بنسبة ٢٧ % الغرض من إنشاء قنواتها، فهي إما لنشر أخبار ومعلومات عن الجمعية، أو أرشفة تسجيلات الفيديو للأنشطة. كما أهتمت ٦٠ % من القنوات بأن يصاحب جميع تسجيلات الفيديو ملخص أو وصف لمحتواه.

وبتحليل حوالي ٣٣٢ تسجيل فيديو نشرت بالقنوات محل الدراسة للتعرف على محتوياتها أمكن توصيفها على النحو الآتي:

— محادثات ومقابلات شخصية Interviews.

— مؤتمرات وتسليم جوائز.

— مقاطع تعليمية.

— تصريحات Statements لرئيس الجمعية وإعلانات.

هذا وقد تبين أن تلك القنوات لم تنشر جلسات كاملة من مؤتمراتها، وأن أغلب تسجيلات الفيديو بها قصيرة (أقل من ١٠ دقائق)، باستثناء اتحاد المكتبات الرقمية الذي نشر محاضرة من منتدى مقسمة إلى أجزاء.

٣/ ٢ كليات وأقسام المكتبات والمعلومات:

لقد أمكن رصد ست قنوات فقط لكليات المكتبات ودراسات المعلومات، كانت أقدمها قناة كلية المكتبات بجامعة «سان خوسيه» في عام ٢٠٠٦م. ويوضح جدول(٦) وجود نقص شديد في محتوى تلك القنوات قياسًا بعمرها الزمني، فقد بلغ متوسط تسجيلات فيديو القنوات التي أنشئت منذ أكثر من عامين حوالي سبعة تسجيلات فقط، يستثنى منها قناة كلية العلوم الاجتماعية بالهند والتي تضم أكثر من تخصص من بينها المكتبات والمعلومات، وبتحليل الفيديو المنشور بالقناة تبين أن هناك ٧٣ تسجيلة فيديو في تخصص المكتبات من ٢٢٣ فيديو (حوالي ٣٣%) ويرجع السبب في ثراء المحتوى، وزيادة عدد

المشاهدين إلى أنها تمثل قناة تعليمية ضمن برامج التعليم عن بعد بالجامعة المفتوحةOpen University، وللسبب نفسه تميزت مقاطع الفيديو بها بطولها الزمني (أكثر من ٢٠ دقيقة).

جدول(٦) قنوات كليات وأقسام المكتبات على اليوتيوب مرتبة وفقًا لتاريخ الإنشاء

القناة	تاريخ الإنشاء	المشاهدات	المشتركون	الفيديو
كلية المكتبات وعلم المعلومات بجامعة سان خوسيه San Jose	٢٥ نوفمبر ٢٠٠٦م	١,٢٢٦	١٩	١٢
كلية دراسات المعلومات بجامعة شارلز ستورت	٢٢ يناير ٢٠٠٨م	٢٢٠	٤	٠
كلية دراسات المعلومات بجامعة سيراكيوز	٢١إبريل ٢٠٠٨م	٢,٣٥٠	٣٤	١١
كلية العلوم الاجتماعية (الهند)	١٣ مايو ٢٠٠٨م	١١,١٨٣	١٣٦	٢٢٣
كلية دراسات المعلومات بجامعة "ويسكونسن" ميلوكي	٢٣ سبتمبر ٢٠٠٨م	١١٧	٠	٥
كلية الاتصال والمعلومات	٦ فبراير ٢٠٠٩م	٤٤١	٢	٢٧

حرصت ٨٣ % من القنوات على التعريف بالكليات، والتخصصات المختلفة بها، وذكر موقعها على الإنترنت، من بينها قناتان فقط بينما أشارت ٣٣ % إلى نوعية محتوى القناة، والجمهور المستهدف، فعلى سبيل المثال ذكرت جامعة "ويسكونسن" بأن القناة تتضمن المصادر والمحادثات، والعروض التي تهم الطلاب في جميع أنحاء العالم.

أما من حيث التوزيع الجغرافي فوجد أن أربع قنوات لكليات في الولايات المتحدة، وواحدة في أستراليا، وواحدة في الهند .

كما اعتمدت ٥٠% من القنوات على قوائم التفضيلات في إثراء محتوياتها، وبخاصة كلية دراسات المعلومات بجامعة «شارلز» التي لم تنشر أي فيديو، واعتمدت على قائمة التفضيلات التي تشتمل على ٨ تسجيلات فيديو. على جانب آخر استطاعت كلية العلوم الاجتماعية بالهند الاستفادة من إمكانية إنشاء قوائم مشاهدة كأسلوب لتبويب أو تصنيف المحتوى نظرًا لتنوع تخصصاتها؛ فقد تضمنت القناة ثلاث قوائم مشاهدة منها اثنتان لتسجيلات الفيديو الخاصة ببرامج دبلوم المكتبات.

وبتحليل حوالي ٢٧٨ تسجيل فيديو نشرت بالقنوات محل الدراسة للتعرف على محتوياتها أمكن توصيفها على النحو الآتي:

—— تسجيلات تعريفية بالبرنامج الأكاديمي، والإمكانات التعليمية .

—— إفادات أو تصريحات إعلامية وترحيبية.

—— لقاءات ومقابلات Interview مع الأساتذة أو العمداء.

—— محاضرات في ندوات وملتقيات.

—— محاضرات تعليمية .

—— تسجيلات لزيادة الوعي، وتغيير الصور الذهنية عن وظيفة أخصائي المكتبات والمعلومات.

أما من حيث مدة الفيديو Duration فقد اشتملت قناتان فقط(٣٣%) على تسجيلات فيديو طويلة (أكثر من ٢٠ دقيقة) ويرجع ذلك لاحتوائهما على محاضرات تعليمية وندوات، مع ملاحظة أنها لجأت في بعض الأحيان إلى تقسيم المحاضرات الطويلة إلى سلسلة من الأجزاء.

٣/٣ المكتبات:

١/٣/٣ المكتبات الوطنية:

لقد كانت المكتبة الوطنية النيوزلاندية أقدم المكتبات التي أنشئت قناة لها على «اليوتيوب» في مايو ٢٠٠٧م، تلتها مكتبة الكونجرس في يونيه ٢٠٠٧م، وبالرغم من ذلك تفوقت مكتبة الكونجرس من حيث عدد تسجيلات الفيديو المتاحة بالقناة(٢٢٧ فيديو)، وعدد المشتركين(٨٩ ألف) وعدد مشاهدات القناة(٤،٤٣١)، علمًا بأن الفارق الزمني بين إنشاء مكتبة الكونجرس لقناتها، وبين إضافة أول فيديو بها تخطى العام(١٦ شهرًا) .

جدول (٧) قنوات المكتبات الوطنية على «اليوتيوب» مرتبة وفقًا لتاريخ الإنشاء

القناة	تاريخ الإنشاء	المشاهدات	المشتركون	الفيديو
مكتبة نيوزلاندا الوطنية	٣١ مايو ٢٠٠٧م	٩١٨	٨	٧
مكتبة الكونجرس	٩ يونيه ٢٠٠٧م	٨٨,٩٤٨	٤,٤٣١	٢٢٧
مكتبة أسكوتلاندا الوطنية	٢ أكتوبر ٢٠٠٧م	٤,٥٦٩	٨١	٢٤
المكتبة البريطانية	٢٩ أكتوبر ٢٠٠٧م	١,٤٤٨	٢٢	١٩
مكتبة ويلز الوطنية	٣ سبتمبر ٢٠٠٨م	٦٩٠	٨	١٠
المكتبة الوطنية الأسترالية	١٧ ديسمبر ٢٠٠٨م	١,١٠٦	١٣	٦
المكتبة الوطنية الألمانية	١٨ مايو ٢٠٠٩م	٢٨٩	٤	١٨
المكتبة الوطنية السويسرية	٢٤ يوليو ٢٠٠٩م	١,٧٣٠	٩	١٢

كما اشتملت ٧٥ % من القنوات على نبذة تعريفية عن المكتبة، والمحدد الموحد لها URL على الإنترنت؛ إلا أنه لم يشر إلى طبيعة محتويات القناة سوى مكتبتين، هما:

(١) مكتبة الكونجرس: أشارت إلى أن القناة سوف تشمل الكنوز النادرة من التسجيلات المرئية بمكتبة الكونجرس، منذ بداية أفلام «أديسون»، وحتى الملتقيات والأحداث والمحاضرات، والحفلات الموسيقية التي ترعاها المكتبة، وتقدمها بالمجان للجمهور العام

(٢) المكتبة البريطانية: كانت أكثر تحديدًا حيث أشارت إلى أن القناة ستشمل الفيديو حول المكتبة نفسها.

كما تبين أنه لم تستفد سوى ٢٥% من قنوات المكتبات الوطنية من إمكانية إنشاء قوائم مشاهدة لتجميع وتبويب تسجيلات الفيديو ذات الصلة، وكذا لم تضف سوى ٢٥% منها قائمة التسجيلات المفضلة Favorites.

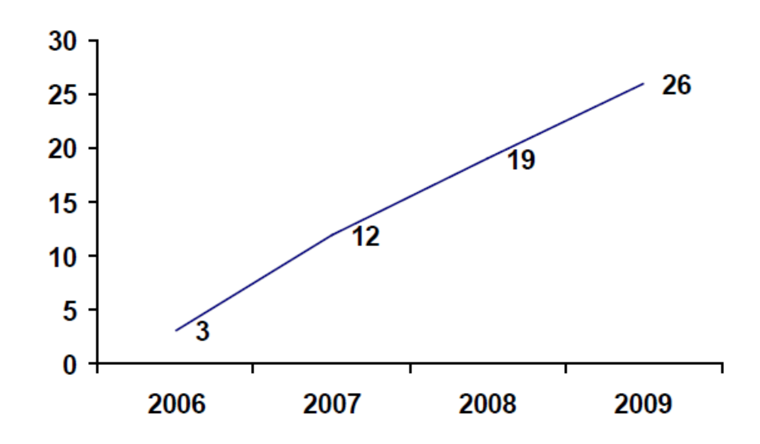
وبتحليل حوالي ٣٢٣ تسجيل فيديو نشرت بقنوات المكتبات الوطنية أمكن توصيفها على النحو الآتي:

- أفلام تسجيلية أو وثائقية، وبخاصة تسجيلات الأبيض والأسود .
- عروض كتب Reviews
- لقاءات، ومقابلات Interview.
- إمكانات ونظم الحفظ الإلكتروني وصيانة المجموعات بالمكتبة.

هذا وقد حرصت ٦٢,٥ % من القنوات على تضمين ملخص أو تعريف بالفيديو، وهو أمر غاية في الأهمية من حيث توثيق تلك التسجيلات، ولقد تميزت تسجيلات فيديو المكتبة الوطنية الاسكتلاندية بأنها تحمل شعار واسم المكتبة كأسلوب لضمان موثوقية المحتوى وحقوق نشره.

٢/٣/٣ المكتبات الجامعية:

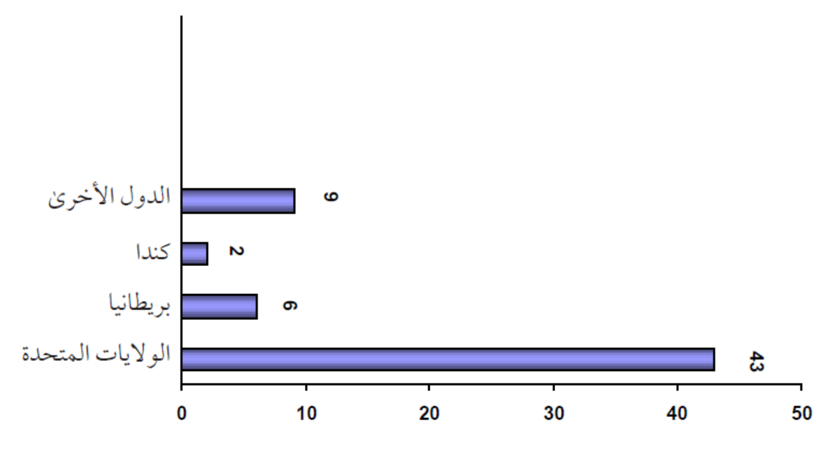
أمكن رصد ٦٠ قناة لمكتبة جامعية، أنشئت ٥% منها في عام ٢٠٠٦م، أولها قسم رقمنة التراث بمكتبة جامعة «ستيفن أوستن» Stephen F. Austin بالولايات المتحدة الأمريكية، والثانية مكتبة جامعة "جلاسجو" Glasgow ببريطانيا، حيث أنشئت كلتاهما في أغسطس من عام ٢٠٠٦م. وقد أشارت ٤١ قناة(٦٨,٣%) إلى الموقع الإلكتروني للمكتبة على الإنترنت ضمن بياناتها التعريفية.



شكل (٣) التوزيع الزمني لقنوات المكتبات الجامعية علي (اليوتيوب)

أما من حيث عدد المشاهدات فكانت قناة مكتبة جامعة جنوب «فلوريدا» USF الأكثر مشاهدة (٦,١٥٧ مشاهدة)، وعلى الرغم من أن قناة مكتبة جامعة "ديوك" Duke جاءت في المرتبة الثانية بفارق بسيط(٥,٧٠٩ مشاهدة) إلا أنها تفوقت من حيث عدد المشتركين بها(٢٦٦ مشتركًا)؛ والذي قد يرجع إلى تميز محتوياتها حيث أنها تتضمن تسجيلات فيديو للمجموعات التراثية المرقمنة بالمكتبة.

ومن حيث التوزيع الجغرافي لقنوات المكتبات الجامعية فيوضح شكل(٤) أن ٧١,٦% من نصيب الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، تليها ١٠% لبريطانيا، ثم كندا بنسبة ٣.٣%، والباقي موزع على الدول التالية بمعدل قناة لكل دولة وهي: السويد، هولندا، إيرلندا، الدنمارك، ألمانيا، اليابان ،الصين، جنوب أفريقيا، أستراليا.



شكل (٤) التوزيع الجغرافي لقنوات المكتبات الجامعية على (اليوتيوب)

كما تبين أنه بالنسبة لأعداد تسجيلات الفيديو التي نشرت على قنوات المكتبات الجامعية فقد بلغت نسبة القنوات التي تحتوي على عشرين فيديو فأقل ٨٣,٣ % وأن هناك أربع قنوات فقط بنسبة ٦.٦ % تحتوي على أكثر من مئة فيديو في مقدمتها قناة مكتبة «ديوك» (١٨٦فيديو)، وبالرغم من قلة محتويات تلك القنوات إلا أن أغلبها لم تستفد من إمكانية إثراء المحتوى بواسطة قوائم التفضيلات؛ حيث وجدت قائمة تفضيلات بـ ٢٩ قناة(٤٨ %)، منها سبع قنوات (٢٤ %) أضافت من ١٠-٢٥ تسجيل فيديو بتلك القائمة.

كما تبين أن ١٧ قناة بنسبة ٢٨,٣% استفادت من إمكانية تبويب أو تصنيف المحتوى، باستخدام قوائم المشاهدة، في مقدمتها قناة مكتبة جامعة Utah التي أنشئت١١ قائمة مشاهدة.

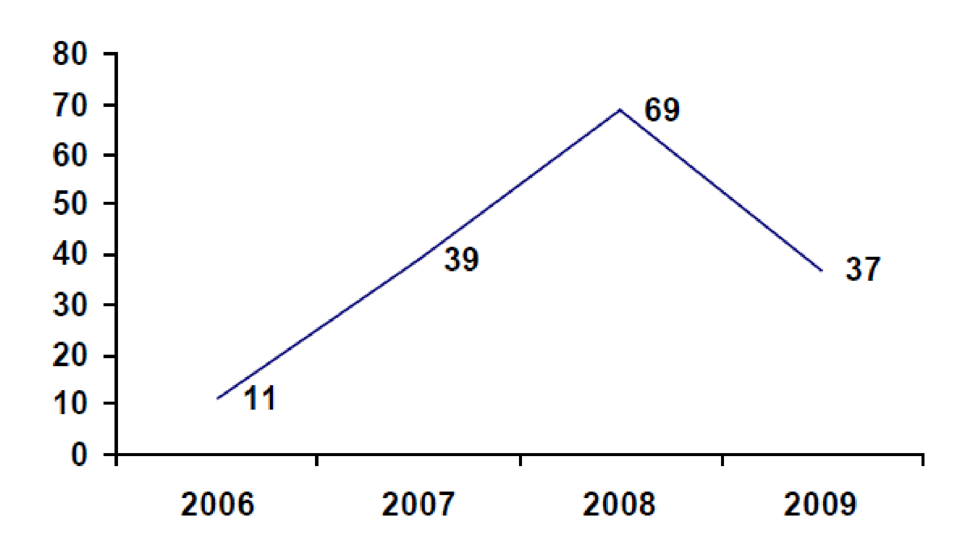
وبتحليل ١٢٤٠ تسجيل فيديو للتعرف على محتوياتها أمكن توصيفها على النحو الآتي:

- جولات بالمكتبة.
- تسجيلات فيديو تعليمية لكيفية استخدام فهرس المكتبة، وقواعد البيانات وخدمة الإعارة المتبادلة.
- لقاءات وحوارات Interviews.
- جلسات مؤتمرات وندوات
- تسجيلات وثائقية و/أو تسجيلية.
- الاحتفاليات السنوية.

- عروض لمجموعات الصور النادرة.
- معارض الكتب.
- آراء الطلاب حول المكتبة وخدماتها.
- إعلانات وأخبار.

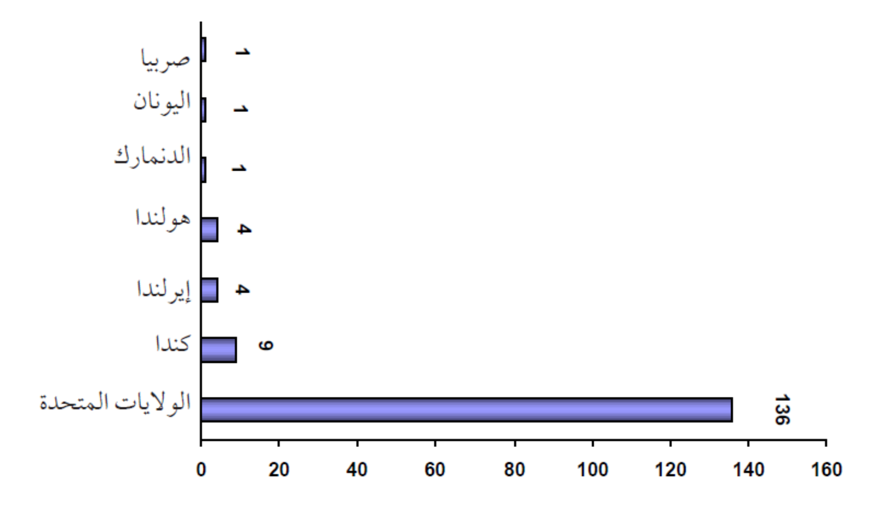
٣/٣/٣ المكتبات العامة:

بعد فرز نتائج البحث على موقع «اليوتيوب» بلغ عدد قنوات المكتبات العامة ١٥٦ قناة، أنشئت ٧% منها في عام ٢٠٠٦م، أقدمها مكتبتان أمريكيتان أُنشئتا في يونيه من العام نفسه بفارق أسبوع واحد تقريبًا وهما: North Suburban Library System، و(Birmingham Public Library Alabama). إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن قناة مكتبة "إدمونتون" Edmonton العامة الكندية احتلت المرتبة السادسة في قائمة أقدم القنوات العامة. ولقد أشارت ١٠٣ مكتبات بنسبة ٦٦ % ضمن البيانات التعريفية للقناة إلى موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت.



شكل (٥) تواريخ إنشاء قنوات المكتبات العامة علي (اليوتيوب)

أما من حيث التوزيع الجغرافي لقنوات المكتبات العامة فيوضح شكل (٦) أن الولايات المتحدة استأثرت بالنصيب الأكبر من تلك القنوات بنسبة بلغت ٨٧% تليها كندا بنسبة ٥,٧%



شكل (٦) التوزيع الجغرافي لقنوات المكتبات العامة علي (اليوتيوب)

ولقد أشارت ٥٩ قناة بنسبة٣٩ % إلى الهدف من إنشائها أو طبيعة محتوياتها، والتي يمكن إجمالها فيما يأتي:

- التعريف بالمكتبة وخدماتها، وتدريب المستفيدين على استخدامها.
- تسجيل الأحداث والأنشطة والبرامج بالمكتبة والترويج لها.
- الإعلان عن الفعاليات المستقبلية.
- إنشاء مساحة مباشرة Online Space للتفاعل المجتمعي وإتاحة المعلومات للمستفيدين.
- ربط المستفيدين بالعاملين بالمكتبة.
- الترويج للقراءة عن طريق عروض الكتب المرئية.
- الترفيه والتعليم.
- أما من حيث عدد المشاهدات فكانت قناة مكتبة "بيرمينجهام" Birmingham الأكثر مشاهدة (٥٣١،١٨ مشاهدة) بالرغم من قلة محتوياتها من تسجيلات الفيديو(١٣٣ فيديو ،٢٦ فيديو بقائمة التفضيلات)؛ ويعتقد الباحث أن ارتفاع المشاهدة يرجع إلى قدم القناة، وعمرها الزمني الذي بلغ ما يقرب من ثلاث سنوات . وفي الوقت نفسه بلغت مشاهدة ٣٢ % فقط من القنوات محل الدراسة أكثر من ألف مشاهدة؛ وقد يرجع ذلك إلى حداثة أكثر تلك القنوات (شكل ٥)، أو ضعف مستوى التعريف، والترويج لها.

إن من الدوافع الأساسية لمبادرة مستخدمي موقع "اليوتيوب" للاشتراك في قناة ما هو ثراء محتوياتها وانتظام تحديثها، وقد وجد أن ٥ % من قنوات المكتبات العامة بها ٧٠ مشتركًا فأكثر، وهي نسبة ضعيفة جدًا (متوسط المشتركين بلغ ١٥ مشتركًا)، كانت أكثرها اشتراكًا مكتبة نيويورك العامة (٥٨٥ مشتركًا) بالرغم من أنها أنشئت في سبتمبر ٢٠٠٨م.

ويوضح جدول(٨) أعداد تسجيلات الفيديو التي تنشر على قنوات المكتبات العامة والتي تشير إلى أن نسبة ٧٠ % تقريبًا منها تحتوي على عشرين فيديو فأقل، وهي نسبة لابد من التوقف عندها إذا ما قيست بحجم أنشطة المكتبات العامة وتنوعها، وهو إن دل على شيء فإنما يدل إما عن قلة الاهتمام بتسجيل الأنشطة والفعاليات بتلك المكتبات، أو

نشرها على القناة الخاصة بالمكتبة. وقد كان مكتبة Southfield هي الأكثر محتوىً (٤٧٤ فيديو). وبالرغم من توافر إمكانية إثراء المحتوى عن طريق قائمة التفضيلات إلا أنه لم تستفد سوى ٥١ قناة بنسبة ٣٣ % من تلك الإمكانية، منها فقط ١٤ مكتبة (٢٧,٥%) أضافت عشرة تسجيلات فيديو فأكثر بتلك القائمة، وكانت مكتبة مقاطعة McCracken هي أكثر القنوات استفادة من قائمة التفضيلات حيث تضمنت ٤٨ فيديو .

جدول (٨) توزيع أعداد تسجيلات الفيديو بقنوات المكتبات العامة على «اليوتيوب»

التوزيع	التكرار	النسبة
٢٠فأقل	١٠٩	%٦٩,٩
٢١-٤٠	٢٠	%١٢,٨
٤١-٦٠	١٢	%٧,٧
٦١- ٨٠	٤	%٢,٥
٨١-١٠٠	٣	%٢
أكثر من١٠٠	٨	%٥

كما تبين أن ٢٣ قناة بنسبة ١٤,٧ % استفادت من إمكانية تصنيف المحتوى باستخدام قوائم المشاهدة PlayList، في مقدمتها قناة مكتبة Kalamazoo التي أنشأت ١٧ قائمة مشاهدة، تليها قناة مكتبة Gail Borden التي اشتملت على ١٣ قائمة.

وبتحليل ٤١٣٦ تسجيل فيديو للتعرف على محتوياتها أمكن توصيفها على النحو الآتي:

- حفلات وعروض ترفيهية (موسيقية، خيال ظل، غناء، رسوم...الخ).
- إعلانات عن أجندة الأنشطة والفعاليات القادمة، ومعارض الكتب.
- عروض كتب وأفلام موجزة بواسطة القراء و/أو أخصائي المكتبة.
- جلسات قراءة القصة بالمكتبة(story telling) Story Time.
- الحملات القومية للقراءة، وبرامج القراءة الصيفية.
- تسجيلات فيديو تعليمية Tutorials لكيفية استخدام خدمات المكتبة.
- التعريف بقواعد البيانات بالمكتبة، وكيفية استخدامها.
- تسجيلات فيديو وثائقية و/أو تسجيلية سواء لأماكن تاريخية وأثرية، أو أحداث.
- تسجيلات التاريخ الشفهي للمدينة أو المقاطعة من خلال لقاءات مع أشخاص.

٤/٣ المكتبات العربية[24]

من خلال البحث أمكن تحديد قناتين عربيتين فقط هما:

١/٤/٣ مكتبة الإسكندرية:

أنشئت قناة مكتبة الإسكندرية في أغسطس ٢٠٠٨م، وبلغ إجمالي المشاهدات لها ١,٥٧١ مشاهدة حتى نوفمبر ٢٠٠٩م، وعدد المشتركين ٦٥ مشتركًا. أما من حيث المحتوى فقد تضمنت ٦٨ فيديو يصاحبها ملخصات إنجليزية أو عربية، ووزعت على خمس قوائم مشاهدة، وهي: مؤتمرات، مشروعات المكتبة، وبرنامج علماء المسلمين، وعروض تقديمية لمدير المكتبة، وعروض أخرى.

---

(٢٤)Bibliotheca Alexandrina channel. http://www.youtube.com/user/BAchannel
قناة مكتبة المحمود بالشارقة. http://www.youtube.com/user/almahmoodtv .

وقد حددت المكتبة الغرض من قناتها على «اليوتيوب» وهو إتاحة الوصول إلى نسخ أرشيفية لمعظم المؤتمرات والمحاضرات، والعروض التي يتم تنفيذها بمكتبة الإسكندرية؛ ليتسنى لكل فرد الفرصة لمشاركة المعرفة والثقافة من خلال هذه البوابة، بالإضافة إلى أنها سوف تتضمن تسجيلات فيديو للمشروعات الرقمية بالمكتبة.

٢/٤/٣ مكتبة المحمود بالشارقة:

أنشئت قناة مكتبة المحمود في سبتمبر عام ٢٠٠٩، وبلغ إجمالي المشاهدات لها ٦٠ مشاهدة حتى نوفمبر ٢٠٠٩م، ولم يشترك بها أحد بعد. أما من حيث المحتوى فقد تتضمنت١٠تسجيلات فيديو عبارة عن مقاطع من برنامج بقناة المجد، وقناة الشارقة الإسلامية عن الشيخ سعيد الزياني.

وقد أشارت المكتبة ضمن التعريف بالقناة إلى أن جميع مواد هذه الصفحة من نتاج وحدة الإعلام بالمكتبة، وهي إما مواد حصرية أو مواد مسجلة من القنوات الفضائية، وأنها متوفرة كاملة غير مجزأة لدى الموقع الرسمي للمكتبة.

خلاصة النتائج والتوصيات:

تتمثل أهم الدعائم التي تبنى عليها خدمات المكتبات والمعلومات في احتياجات المستفيدين، وسلوكهم في البحث والوصول للمعلومات والإفادة منها، وبيئة العمل، وآليات تقديم الخدمات وأدواتها، ومصادر المعلومات المتاحة...إلا أنه في ظل ثورة الإنترنت، والجيل الثاني من الويب ٢.٠ web يمكن أن نضيف بعدين أساسيين آخرين هما التنافسية وما ستتبعها من ضرورة التميز في تقديم خدمات المعلومات. تلك الثورة، وذلك الجيل الذي حُددت الأهداف العامة لتطبيقه في المكتبات على النحو الآتي: [25]

* التواصل والمشابكة مع المستفيدين والزملاء على حدٍ سواء.

* التعاون مع المستفيدين وزملاء المهنة.

* الترويج للمكتبة ومصادرها.

(٢٥)Smith, Ina; Steyn, Christelle. Library ٢,٠ for Librarians.- ٣١ January & ١١ February ٢٠٠٨. [ppt file]

* مشاركة المعلومات مع المستفيدين والزملاء.

* زيادة التفاعلية.

* تعزيز طرق الأداء والعمل.

* تحسين تدفق العمل والإنتاجية.

* متابعة احتياجات المستفيدين.

وبناء عليه أشارت "دانا ديوكيك" Dana Dukic إلى سبل الاستفادة من تسجيلات الفيديو المنشورة على "اليوتيوب" على النحو الآتي:

* جولة المكتبة.

* وصف المجموعات، والخدمات، والبرامج، والتسهيلات.

* التربية المكتبية أو التعليم المكتبي.

* المشروعات الرقمية.

* تدريب العاملين.

* مؤتمرات المكتبة والأحداث التي تتم بها.

* تدوين الفيديو Vloging.

* المقابلات والملتقيات مع المدرسين، الطلاب، اتحاد الخريجين.

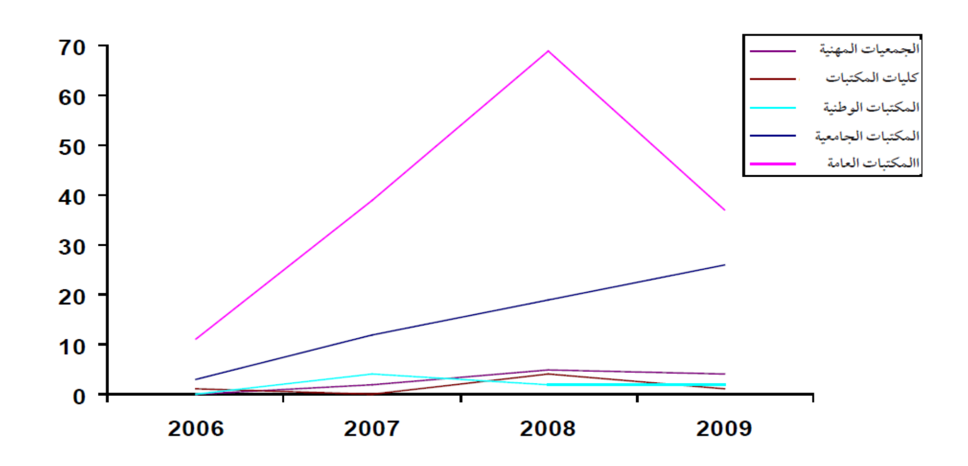
* ترويج وتسويق مجموعات المكتبة وخدماتها.

* إتاحة تسجيلات فيديو لأحداث ومحاضرات، وحفلات موسيقية وغيرها من مجموعات الفيديو المؤرشفة.

من خلال ما تم مناقشته من نتائج يمكن إجمالها فيما يأتي:

١.من حيث التوزيع الزمني فقد تبين أن قنوات المكتبات العامة الأسبق والأكثر إنشاءً هي في عام ٢٠٠٦م.

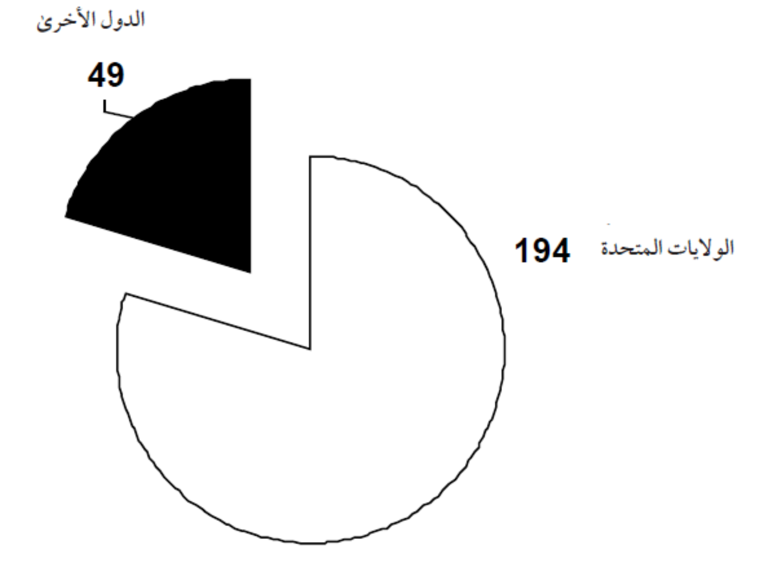
٢.تفوقت قنوات المكتبات العامة على غيرها من القنوات محل الدراسة من حيث العدد، فقد بلغت ١٥٦قناة بنسبة٦٤%



شكل (٧) التوزيع الجغرافي لقنوات المؤسسات المهنية علي(اليوتيوب)

٣. من حيث التوزيع الجغرافي احتلت القنوات المهنية بالولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى حيث بلغ إجمالها ١٩٤ قناة بنسبة حوالي ٨٠ %، تلتها كندا بنسبة ٤,٥ %، ثم بريطانيا بنسبة٣ % تقريبا.

٤.أمكن رصد قناتين فقط لمكتبتين عربيتين هما: مكتبة الإسكندرية بمصر، ومكتبة المحمود بالشارقة.



شكل (٨) التوزيع الجغرافي لقنوات المؤسسات المهنية علي (اليوتيوب)

٥. بلغ إجمالي محتوى قنوات مؤسسات المكتبات والمعلومات على موقع "اليوتيوب" ٦٣٠٩ قناة؛٦٥,٦ % منها بالمكتبات العامة، و١٩,٦% بالمكتبات الجامعية، و٥.٣% بالجمعيات والاتحادات المهنية، و٥.١% بالمكتبات الوطنية، و٤.٤% بالكليات.

واعتمادًا على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن التوصية بما يأتي:

١.ضرورة نشر ثقافة الاستخدام الفعال والتفاعلي لمواقع مشاركة الفيديو ومنها ''اليوتيوب'' بين المستفيدين؛ وذلك حتى لا يقتصر استخدام تلك المواقع على مجرد التسلية والترفيه.

٢.تشجيع الجمعيات العلمية والمهنية المتخصصة في مجال المكتبات، والمعلومات في الوطن العربي على تسجيل فعالياتها من مؤتمرات، وندوات ونشرها على الإنترنت حتى يتسنى لمجتمع المكتبات العربي الإستفادة منها.

٣.تشجيع مجتمع المكتبات والمعلومات العربي على المشاركة في نشر ملفات الفيديو على الإنترنت لإتاحة المزيد من المعارف، والخبرات والأفكار الخلاقة والمهنية مما له بالغ الأثر في الارتقاء بكافة جوانب الاستفادة المتوقعة، والمشار إليها ضمن البحث.

٤.يجب أن تراعي المؤسسات المهنية عند إنشائها لقنوات على ''اليوتيوب'' الاهتمام بالجوانب الآتية:

* أن يكون اسم القناة هو الاسم الرسمي للمكتبة، وكذا شعارها.

* التعريف بالقناة وأهدافها، ومحتوياتها، والجمهور المستهدف.

* التعريف بالمكتبة، وموقعها الإلكتروني على الإنترنت.

* تبويب أو تصنيف المحتوى باستخدام قوائم المشاهدات.

* إثراء المحتوى باستخدام قائمة التفضيلات، مع مراعاة وجود سياسة واضحة لاختيار تسجيلات الفيديو.

* إنشاء ملخصات للتعريف، وتوثيق تسجيلات الفيديو المنشورة بالقناة.

٥- المشاركة المهنية والمؤسسية الفعالة سواء على مستوي مشاركة الفيديو، أو توجيه المهنيين نحو مشاهدة ما أضيف منها على موقع ''يوتيوب''، مثال القنوات التي أنشأها الباحث كمبادرة لتطبيق ما أوصت به هذه الدراسة، وهي:

* قناة قسم المكتبات والمعلومات، جامعة حلوان

http://www.youtube.com/DrEmadSaleh

*قناة الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات

http://www.youtube.com/elaegypt ''

*قناة الاتحاد العربي "اعلم"

http://www.youtube.com/AFLITV

ملحق(١):

قائمة المراجعة

١.اسم القناة:...

٢.المسؤولية: ....

٣.موقع القناة على اليوتيوب: ....

٤.الموقع الرسمي LRU: ....

٥.تاريخ الإنشاء: ....

٦.تاريخ آخر زيارة للصفحة nI ngiS tsaL: ....

٧.الدولة:

....

٨- الفئة التي تنتمي إليها:

مكتبة وطنية ( ) مكتبة جامعية ( )

مكتبة عامة ( ) مكتبة مدرسية ( )

اتحاد / أو جمعية مهنية ( ) قسم و/ أو كلية مكتبات ومعلومات ( )

أخري : .... مكتبة وطنية ( )

٩.عدد المشاهدات views: ....

١٠. عدد المشتركين Subscribers: ....

١١. عدد ملفات الفيديو بالقناة Uploads: ....

١٢. عدد قوائم المشاهدة Play List: ....

١٣. عدد تسجيلات الفيديو بقائمة التفضيلات (إن وجدت) ....

١٤. ورد تعريف بالمكتبة أو نبذة عنها:

نعم ( ) لا ( )

تذكر: ....

٥). هل اسم القناة هو الاسم الرسمي للمكتبة نفسه ؟

نعم ( ) لا ( )

١٦. الغرض من إنشاء القناة وأهدافها:

....
....
....

١٧. تنتمي تسجيلات الفيديو بالقناة إلى الفئات الآتية:

- [ ] تسجيلات فيديو وثائقية و/أو تسجيلية
- [ ] تسجيلات فيديو تعليمية
- [ ] جلسات قراءة القصة
- [ ] عروض كتب
- [ ] أجندة الأنشطة والفعاليات
- [ ] حفلات وعروض ترفيهية
- [ ] جلسات مؤتمرات وندوات
- [ ] جولات بالمكتبة
- [ ] معارض الكتب
- [ ] لقاءات وحوارات
- [ ] إعلانات وأخبار
- [ ] إفادات أو تصريحات
- [ ] أخري...

***